

「観光」と「景観」の施策的連携に対する一考察 —社会的認識の変容に着目して—

Consideration to Measures Partnership for “Tourism” and “Landscape”

西 成 典 久*
Nori-hisa NISHINARI

Abstract: To consider the way of partnership measures for “Tourism” and “Landscape”, focusing on the transformation of social recognition of both fields in recent years, is important. Recently, the conceptual meaning of “Tourism” and “Landscape” has been reviewed from cultural values, and there is a common concept that is “life rooted in the community”. So it can be considered that we discuss “life rooted in the community” as a center of problems, leading to the idea of partnership measures for both fields.

Key words: 観光 (tourism), 景観 (landscape), 施策的連携 (measures partnership), ニューツーリズム (new-tourism), 文化的景観 (cultural landscape)

- I はじめに「観光と景観」
- II 変化する「観光」の概念的枠組み
 - 1) 観光現象の変化と「ニューツーリズム」
 - 2) 「観光」概念の社会的認識の変容に対する考察
- III 景観法の成立と「景観」概念の発育
 - 1) 景観利益と景観法
 - 2) 文化財保護法改正と文化的景観
 - 3) 「景観」概念の社会的認識の変容に対する考察
- IV 「観光」と「景観」の施策的連携
 - 1) 両分野にみる共通性
 - 2) 施策的連携を目指して
- V まとめ

I はじめに「観光と景観」

これまで観光と景観は、ともすれば別々の領域の施策として捉えられ、観光振興に流れれば（観光地化が進めば）むしろ景観は悪化するといった現象が日本各地で確認することができる。例えば、戦後、増え続ける団体旅行客を引き受けてきた日本の温泉観光地の多くは、増加する需要に対応すべく個々の旅館・ホテルが半ば無計画に客室や共用部の増設を繰り返し、観光客の需要が大きく変化した現在、過去の一時代の開発が、不良債権化という経済的な問題だけではなく、地域の景観という観点からも問題視されるようになった（写真1）。また、テーマパーク化といった言葉に代表されるように、景観整備をするうえで過度に「地域らしさ」を演出した地区や、一般的に俗化と呼ばれるような商業開発が進められた地区では、一時

*立教大学観光学部・プログラムコーディネーター



写真1 温泉観光地の例（別府）。日本の温泉観光地の多くは、団体観光客を受け入れるため、旅館やホテルが競って大規模化する時代があり、現在は地域の景観形成の観点からしばしば問題視されている。



写真3 リゾート開発の例（湯沢）。日本の観光地開発の歴史を振り返れば、観光振興と景観形成は必ずしも同調することなく、時に相反する問題として現出している。



写真2 商業開発の例（琴平）。大衆観光が盛んな観光地では、商業開発によって俗化する傾向が見受けられ、地域の生活環境との間で摩擦が生じる場合がある。

期は客足が伸びたとしても、観光客に飽きられた後は結果的にその土地の景観に傷痕を残すといった現象が見受けられ、リゾート法時代の開発事例を挙げるまでもなく、こうした地区を有する地域は日本全国枚挙にいとまがない（写真2）。

こうした現象は、主にマス・ツーリズムが引き起こしてきた問題の一つとして、これまでも数多くの批判・指摘がなされてきた（横山，2006・屋代，2006・堀野，2004）。景観研究の地平を切り開いた地理学者、辻村太郎は「卑賤なる都会化は最も悲しむべき国土の侮辱である」（辻村，1933）と逸早くこうした問題を指摘しており、

戦前昭和初期においてすでに観光産業と景観のバランスが専門家によって問題視されていた。辻村が指摘したときから75年が経過した現在、こうした現象はむしろ深刻化しているともいえる。

本来的に言えば、魅力ある観光地の形成と景観形成は、それぞれ矛盾するものではなく、むしろ協働することで発展していく正のスパイラル関係にあるべきと考えられる。しかし、これまでの観光地形成の歴史をみてもわかるように、観光地としての発展は、同時に、景観の問題を常に孕んできたといえよう（写真3）。無論、観光地としての発展と地域の景観が大きく矛盾することなく地域づくりが進められてきた地区も存在している。例えば、上高地は自家用車の乗り入れ規制をすることで結果的に景観を保護してきたし（写真4）、黒川温泉は徹底した開発規制と地域の利益還元システムをつくることで景観形成に努めてきた。こうした事例から学ぶべき点は極めて多いが、その他多くの地域では、それぞれ抱えている問題も状況も大きく異なるため、成功したとされる個別事例の集積だけでは、こうした問題を解決に導くことは難しい。また、近年、「観光まちづくり」が声高に叫ばれるなかで、これまで必ずしも観光地として認識されてこなかった地域が一躍「観光地」として脚光を浴びる現象が日本各地で起こっており（西村，2002）、今後、「観光」という文脈のなかで地域が大きく編集されていくことを考え



写真4 長野県上高地。戦後、増え続ける観光客によって渋滞やゴミなど周辺環境への影響が深刻化し、マイカー規制を先駆的に採り入れたことで結果的に景観を保全している。

ば、観光振興と景観形成との協働のあり方を考えていくことは極めて急務の研究課題であるといえよう。

一方で、近年、時代は大きな潮目を迎えており、「観光」と「景観」をめぐる社会状況は大きく変化している。「観光」分野でいえば、90年代以降、観光客のニーズや観光行動が大きく変化しており、それに伴って観光産業や受け入れ側の地域も大きく舵を取り始めている。また、小泉政権下のもと、2003年に観光立国宣言が表明され、以来、観光立国推進基本法の成立や観光庁の設立など、「観光」が国の重要政策の柱として位置付けられることとなった。一方、「景観」分野でいえば、2003年に「美しい国づくり政策大綱」が発表され、翌年には「景観法」が公布されるなど、国レベルの政策で大きな変革が実現し、経済政策からみれば軽んじられてきた感のある景観の価値が、初めて法的裏付けをもって社会的に認められることとなった。「観光」と「景観」分野にみられる近年のこうした変化は、これまで（特に戦後）の歴史から考えればドラスティックな転換であり、これまで一般的に捉えられてきた「観光」および「景観」に対する概念（以下、本稿では「社会的認識」とする）は、こうした社会状況を受けて大きく変容していると考えられる。そこで本稿では、今後の観光振興と景観形成の協働の在り方を考える上で、まず、それぞれの分野における近年の社

会的変化を整理し、仮説的ではあるが、「観光」と「景観」に対する社会的認識の変容を考察する。そのうえで、それぞれの社会的認識の変容を受けた「観光」と「景観」の施策的連携の可能性を検討する。

なお、近年の両分野における社会状況の変化をまとめた論文や書籍は存在しているが、それらは「観光は観光」「景観は景観」といったように、それぞれ個別の領域からそれぞれの変化が論じられるに留まっている。本稿では、「観光」と「景観」を別々の領域として扱うのではなく、それぞれの領域で起こっている社会的認識の変容を同一の机上で論じることにより、「観光」と「景観」の概念的関係性を浮き彫りとしていきたい。

研究の構成は、2章で近年の「観光」をめぐる社会的認識の変容を、3章で近年の「景観」をめぐる社会的認識の変容を文献調査から整理する。それらの知見を受けて、4章では両分野の相互比較を行うとともに、「観光」と「景観」の施策的連携に向けた考察を行う。そして、5章にて論文をまとめる。

Ⅱ 変化する「観光」の概念的枠組み

「観光」という言葉をあらためて定義しようと試みても、それが極めて困難であることに気がつく。これまでも、多くの研究者ないしは行政官によって「観光」の定義付けがなされてきた。しかし、それらの定義が統一的に理解されることなく今日に至っており、一般的概念としての「観光」はどこか捉えどころのない広い解釈がなされているのが現状であるといえよう（溝尾、2003）。

こうした統一した概念定義が世間に浸透していない状況を、「研究者の怠慢」であるとか「制度の未整備」というようなところに原因があると指摘されてもいるが、本稿では、むしろ、これまで様々な概念定義が試みられたにも関わらず、それらが統一的な解釈として社会的に受け入れられてこなかったという現象にこそ着目してみたい。つまり、「観光」という言葉・概念は、その時代その時代の「社会状況」に照射されうる極めて動態的な概念であると本稿では捉えたい¹⁾。

その時々、社会状況に極めて敏感に反応する観光現象は、近年においても様々な胎動を見せており、それは産業観光、文化観光、生活観光、ヘルス・ツーリズムのような新たな用語の登場とともに、個別化、テーマ化する観光現象の動態がみとれる。近年のこうした観光現象の変容を捉えるうえで、とりわけ大きな変革点となったのは、先進諸国のマス・ツーリズムに対する反省から80年代後半に国際的取組みが始まる「オルタナティブ・ツーリズム」「サステイナブル・ツーリズム」であるといえる（安村，2001）。その後、南北問題や環境問題を背景とした「エコ・ツーリズム」や「グリーン・ツーリズム」が取り組まれていくが、本稿では、特に、近年の日本における観光行動、観光ニーズの動きから「観光」の概念的枠組みを考察していきたい。

1) 観光現象の変化と「ニューツーリズム」

2007年に発行された『レジャー白書2007』では、特別レポートとして「余暇需要の変化とニューツーリズム」と題する調査結果が報告されている（社会経済生産性本部，2007）。我が国のレジャー産業は、バブル経済後の景気低迷以来長期的な伸び悩みの時代が続いており、平成18年の余暇市場は15年ぶりに80兆円台を割り込むこととなった。こうした状況を受けて、レジャー産業のなかでもあらためて観光産業が注目されているわけであるが、旅行者の価値観・ニーズの変化が顕著となるなかで、従来型のマス・マーケットを対象とした理論は通用しなくなっており、マス・ツーリズムとは異なる個客のニーズに立脚した「ニューツーリズム」と呼ばれる新しい旅の動きが上述の特別レポートとして調査されるに至っている。

ここで、まず、「ニューツーリズム」について少し説明する。前述したように、我が国の旅行スタイルは従来の「通過型」「団体型」の旅行から、訪れる地域の自然・生活文化・人とのふれあいを求める「体験型」「交流型」「個人型」の旅行へと転換しており、旅行者ニーズやスタイルの多様化といった流れの中で関心が高まっている新しい旅のあり方を「ニューツーリズム」と呼んでいる。

『レジャー白書2007』では、「ニューツーリズムは我が国独特の用語で厳密な定義はない」としたうえで、ニューツーリズムには①テーマ性、②地域性・地域への寄与、③参加・体験、④地元での交流、といった4つの特徴があると述べている。また、「観光立国推進基本計画」²⁾では、「ニューツーリズム」に該当する代表的な旅のタイプとして、長期滞在型観光、エコ・ツーリズム、グリーン・ツーリズム、文化観光、産業観光、ヘルス・ツーリズムなどを具体的に挙げている。

『レジャー白書2007』では、全国15歳以上男女3,000人（有効回収2,453サンプル）を対象として「観光にかかわる新しい価値観」に関する調査を行っており、それぞれ「1. テーマ志向（行先は自分の興味）」「2. 交流志向（土地の人との交流）」「3. 情報積極性（情報収集は自分で）」「4. 体験志向（積極的体験）」「5. 滞在志向（のんびり滞在）」「6. オフ志向（閑散期に）」という6つの視点からデータをまとめている（表1）。これら6つの視点は、新しい旅の価値観を示す設問として設定されており、それぞれの視点を支持する人の割合（%）が表1に示されている。

結果としては、まず、6つの項目のうち4つの項目が過半数を超える人々によって支持されており、新しい旅の価値観が定着しつつある状況が見とれる。なかでも、「1. テーマ志向」「5. 滞在志向」「6. オフ志向」において6割以上の人が支持している。また、年代別で見れば、10代から30代にかけての若い世代において、「1. テーマ志向」かつ「3. 情報積極性」が強く支持されており、新たな旅の担い手は、それぞれ個別のテーマ（興味）に従って情報を収集し観光する、といった行動をとる傾向にあると考えられる。また、同書にて「自由時間意識」を調査したところ（社会経済生産性本部，2007，p. 96）、現状では「休養・くつろぎ」「気晴らし」を挙げる人が多いものの、将来については、「能力向上・学習」「自然に親しむ」「地域・ボランティア」など、いわゆる既存の余暇の領域を超えた多様な生活領域への関心が高いことが把握された。

金井はこうした新たな観光ニーズを受けて、「観光客は、地域住民が体験しているものから、

表1 観光にかかわる新しい価値観(%)

	1. テーマ志向	2. 交流志向	3. 情報積極性	4. 体験志向	5. 滞在志向	6. オフ志向
全体平均	65.8	41.9	50.0	57.4	60.6	80.9
10代	73.1	29.7	67.8	57.6	53.8	74.0
20代	69.2	40.4	67.2	63.9	54.8	78.6
30代	69.5	43.0	70.0	65.0	58.4	82.4
40代	67.2	39.4	61.5	66.4	62.5	82.2
50代	65.6	49.8	40.1	53.0	66.0	83.0
60代	58.4	43.1	29.0	53.1	60.7	78.7
70代以上	61.4	36.5	18.0	38.2	61.8	81.7

社会経済生産性本部編 (2007)『レジャー白書2007』p.91より筆者加筆

自分の生活や地域活動を見直し、役立て、より有意義な人生を過ごしたいと思っている」と述べており(金井, 2008), 観光がそれぞれの生活(暮らし)を軸とした学びの場となりつつあることを示している。

2) 「観光」概念の社会的認識の変容に対する考察

これまで見てきたような観光現象, 観光ニーズの変化がそのまま「観光」概念の変化に結び付くわけではないが, 観光をめぐる社会状況が大きく変化しているなかで, 「観光」に対する一般的概念も不動のものではなく緩やかに変化していると考えられる。

主に戦後, 大衆化した観光は, 「物見遊山」「楽しみのための旅行」といった捉え方で「観光」が概ね理解されてきたが, 近年, 国策として再び外国人観光客誘致を標榜する「観光」が採りあげられるに至り, 「観光」が本来有していた経済波及効果, 雇用創出効果が強調され, 「観光」に対する一般的捉え方も, 単なる「遊び」ではなく, 経済戦略, 産業政策上, 重要な領域の一つとして認識されるようになってきたと考えられる。

そして, 近年, もう一つ重要な概念として「観光」の文化的側面, 生活を洗練させていく側面が挙げられる。「観光」が有するこうした側面は, 一般的にはまだ浸透していない概念と考えられるが, 前項でみてきたような「新たな観光」ニーズのなかには, すでに文化・生活を洗練させていく

「観光」が実践されており, 「観光」が有する重要な価値として文化を創造し生活を洗練させていく価値を見逃すことはできない。

「観光」概念がどのように認識され, どのように変化しているのかを正確に把握することはほぼ不可能に近い。とはいえ, より詳細に踏み込んだ分析は可能であり, 本稿では, 近年の観光現象の変化, 観光ニーズの変化から, 「観光」の社会的認識の変容を考察した。

Ⅲ 景観法の成立と「景観」概念の発育

2003年7月, 国は「美しい国づくり政策大綱」を発表し, これまでの国の取り組みについて「率直に自らを省みる必要がある」とした。「この国を魅力ある国にするために, 先ず, 自ら襟を正し, その上で官民をあげての取り組みのきっかけを作るよう努力すべき」であり, 「この国土を国民一人ひとりの資産として, わが国の美しい自然との調和を図りつつ整備し, 次の世代に引き継ぐという理念の下, 行政の方向を美しい国づくりに向けて大きく舵を切ることとした」と述べている。このように, 国はこれまでの反省のうえにたって, 今後のまちづくりの政策を大きく転換することを明確に宣言した。こうした転換を導く1つの契機となったのは, 東京地裁による国立マンション訴訟の判決であった。

1) 景観利益と景観法

「美しい国づくり政策大綱」が発表される少し前に、中央線の国立で高層マンション建設に対する反対運動がおこった。周辺住民が「良好な景観を壊された」として建築主を訴えた一審判決（2002年12月、東京地裁判決）では、地権者が長い間、努力しながら良好な景観を築き、その土地の価値を高めた場合、地権者は景観を維持する義務を負う一方、他の地権者にも景観の維持を求める「景観利益」を持つ、とする判断が示された。しかし、その後、二審の東京高裁では、「景観は行政施策によって保護されるべきで、個々の住民には景観を享受する具体的な権利・利益はない」「景観が良好か否かの判断は個々人によって異なり、主観的で多様性があるため、行政が総合的な見地から施策を推進すべきで、一部の住民に権利・利益を認めれば、かえって調和の取れた景観形成の妨げになる」（2004年10月、東京高裁判決）とした判決を下したが、最高裁では、「良好な景観の恩恵を受ける利益は法的保護に値する」（2006年3月、最高裁判決）として最終的に「景観利益」は認められるに至った。

こうした景観論争が、「美しい国づくり政策大綱」より始まる景観行政の転換点に大きな影響を与えたことは間違いない。そして、2004年6月

に景観法が成立し、「良好な景観は、美しく風格のある国土の形成と潤いのある豊かな生活環境の創造に不可欠なものであることにかんがみ、国民共通の資産として、現在及び将来の国民がその恵沢を享受できるよう、その整備及び保全が図られなければならない」（景観法第二条第一項）として、景観保全が我が国におけるまちづくりの重要な課題として明確に位置付けられることとなった。また、同時に、これまで各地の地方自治体の自主条例として発展してきた景観条例が、景観法を活用することによって、景観・アメニティの保全のための具体的な政策を形成することが可能となった。

これまで、法の保護に値する景観というためには、文化財として第一級の価値をもったものでなければならないという考え方が横たわっていた。例えば、歴史的風土保存区域、伝統的建造物群保存地区や重要伝統的建造物保存地区など、文化財として指定する対象を厳格に限定する考え方が強かった。また、従来の土地利用規制では、都市居住における安全・衛生・利便の確保を主たる目的としてきたため、景観のようなアメニティの保障については軽視してきたといえる。しかし、景観法の成立によって、そうした考え方が大きく転換されることとなった。

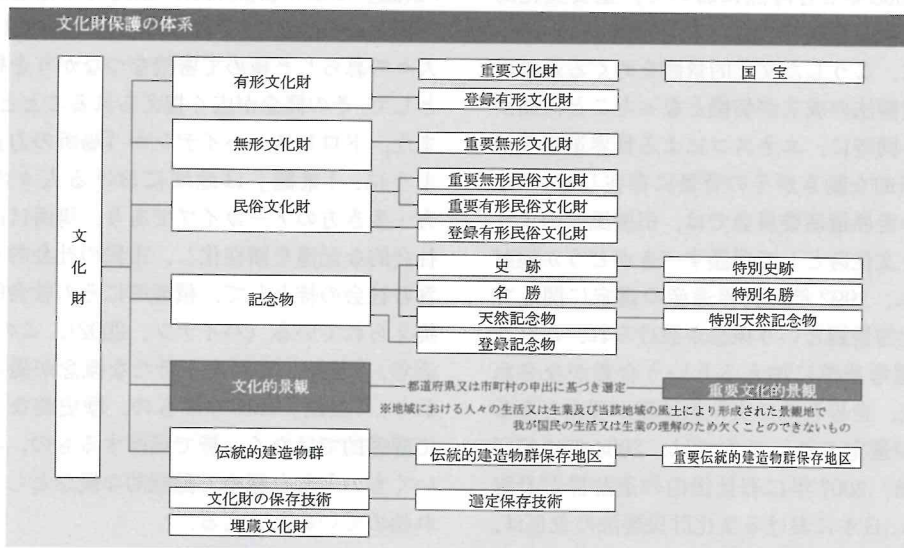


図1 文化的景観の位置づけ³⁾。2005年の文化財保護法改正により、文化財のなかで新たに文化的景観が法的に規定された。

2) 文化財保護法改正と文化的景観

景観法と時期を同じくして、2005年4月に施行された改正文化財保護法では、「文化的景観」が新たな文化財の類型として法的に位置づけられた(図1)。

文化的景観とは、「地域における人々の生活又は生業及び当該地域の風土により形成された景観地で我が国民の生活又は生業の理解のため欠くことのできないもの」(文化財保護法第二条第一項第五号)と定義されている。文化的景観は、日々の生活に根ざした身近な景観であるため、日頃その価値にはなかなか気付きにくいものであり、こうした景観を保護する制度を設けることによって、その文化的な価値を正しく評価し、地域で護り、次世代へと継承していくことができる、としている。また、文化的景観のうち、特に重要なものについては、都道府県または市町村の申出に基づき、「重要文化的景観」として選定できるものとしており、文化的景観の保存活用のための様々な事業に対して支援する仕組みが定められた。ここで対象とされている文化的景観は、棚田や里山などのように地域における人々の生活または生業、さらには当該地域の風土により形成された景観地であり、2006年1月には重要文化的景観の第1号として「近江八幡の水郷」が選定された。その後、2008年8月時点において、重要文化的景観は9件選定されている。

ちなみに、こうした文化的景観をめぐる近年の動きは、景観法の成立が契機となったことは確かであるが、同時に、ユネスコによる世界遺産登録という国際的な動きがその背景に存在している。ユネスコの世界遺産委員会では、田園風景のような景観地を文化財として保護すべきかどうか検討が進められ、1992年、世界遺産の選定に関して新しく文化的景観という概念が設けられ、これを世界遺産選考基準に加えるという合意がなされた。その後、世界各地で文化的景観が理由となる世界遺産が選定され、日本では、2004年に紀伊山地の霊場、2007年に石見銀山の遺跡群が登録されている。日本における文化財保護法の改正は、こうした国際的な動向に歩調を合わせたものともいうことができる。

3) 「景観」概念の社会的認識の変容に対する考察

これまで、「景観」はどちらかといえば主観的なものとして認識されており、特に公共事業などにおいては「贅沢」「プラスα」のようなものとして捉えられてきた側面がある。高度経済成長期、経済性効率性が全てにおいて優先された時代には、「景観」はどこか余分なもの、個人の趣味程度の意味合いで捉えられてきた時代があった。

しかし、2002年国立マンション問題における東京地裁の画期的な判決にて、長い期間に渡って育まれた生活環境を法的に担保する「景観利益」という概念が提示された。そして、2004年には景観法が成立し、景観法の文頭において「景観」は「国民共通の財産」と明確に宣言されている。こうした「景観」をめぐる社会的認識の転換は、財産権・所有権の重視から人格権の重視へと見方が変わってきていることを示している(中島, 2007)。すなわち、これまで経済的な価値基準にて捉えられることが一般的だった「景観」概念に対して、近年、生活文化を重視する価値基準が付与されてきたとみることができる。

また、景観法の成立と時を同じくして文化財保護法が改正され、「文化的景観」という概念が法的に位置付けられることとなった。これにより、「景観」は主に自然風景、歴史的文化遺産といった所与の概念だけではなく、その土地における人々の暮らしと極めて密接なつながりを持つものとして、その概念が広く捉えられることとなった。また、ドロレス・ハイデンが『場所の力』で示すように、「景観」は地域における人々の暮らし方・生き方のアーカイブであり、場所に内在する社会的な記憶を顕在化し、市民の社会的な記憶を育む社会の絆として、積極的にその社会的意味が捉えられている(ハイデン, 2002)。このように、近年、「景観」に対する新たな概念が提示されており、「景観」は所与のもの、歴史的なものとして静態的ではなく、皆で獲得するもの、蓄積していくものとした極めて動態的な概念として捉えられ始めているといえる。

Ⅳ「観光」と「景観」の施策的連携

前章までにおいて、極めて大雑把ではあるが、近年の社会的変化を受けた「観光」の社会的認識の変容および「景観」の社会的認識の変容を整理してきた。本章では、こうした認識の変容を受けて、「観光」と「景観」の施策的連携のあり方を考察していく。

1) 両分野にみる共通性

ここまで「観光」と「景観」を個別にみてきたが、ここではそれぞれの分野を「社会的トピック」と「社会的認識」という共通の視点で整理し、表にまとめた(表2)。

まず、社会的トピックとしては、近年、両分野ともに国策上極めて大きな転換がほぼ同時期に行われていることがわかる。本稿では、そもそも近年の社会的変化に着目したため、やや限定的な見方となっているが、戦後の政策史からみれば、それぞれの分野における政策的転換点がほぼ同時期に起こっていることは注目に値するといっていよい。また、(あくまで考察のレベルであるが)社会的認識の変容に着目すれば、両分野ともに、産業的経済的価値の認識あるいはそうした基準(見方)に対して、文化創造的な価値・生活文化を重視する基準(見方)が付加されてきていると考えられる。

無論、こうした社会的認識を一義的に捉える事はできない。しかし、大局的に捉えるならば、「観光」概念と「景観」概念は共に近年になって

文化的な価値が社会的に認識され始めており、「観光」と「景観」には極めて共時的な関係性が生じていると考察することができる。

2) 施策的連携を目指して

I章にて問題提起したように、これまで「観光」と「景観」、とくに観光振興と景観形成は、それぞれ別の領域の問題として捉えられてきた側面がある。例えば、別府北浜の旅館街(写真1)は、主に1970年代以降、増え続ける団体宿泊客に対応するべく、個別の旅館は個別の敷地において高層化、大規模化を繰り返してきた。当時、観光開発がまさに進んでいる段階では、旅館やホテルはそれぞれの内観に気を使うものの、一步外に出たときの景観には特に気を使わず(気を使ったとしても一部)、観光客も旅館やホテルの中が充実していることには興味を持つが、特に周囲の街並みや景観に対して大きな関心を払うことは少なかったといえる。しかし、観光ニーズの変化や観光行動の変化とともに、宿泊客は減り続け、現在は海への眺望を遮る高層化した旅館群や、かつての温泉情緒ある旅館街の街並みを失ってしまったことに対する問題意識が高まっている。こうした事例は、日本全国多くの地区でみることができ、観光振興と景観形成は同調することなく、相反する問題として展開されてきた側面がある。

しかし、II章およびIII章でみてきたように、近年、「観光」と「景観」はそれぞれ社会的認識が大きく変容していると考えられ、主に文化的側面(生活的側面)からそれぞれの価値が見直されて

表2 「観光」と「景観」の相互比較

	「観光」分野	「景観」分野
社会的トピック (国策レベル)	2003年 観光立国宣言 2006年 観光立国推進基本法 2008年 観光庁設立	2003年 美しい国づくり政策大綱 2004年 景観法公布 2005年 文化財保護法の改正 (文化的景観の規定)
社会的認識の変容	・単なる「遊び」「物見遊山」から経済波及効果・雇用創出効果など経済的・産業的価値への認識 ・文化創造的価値、生活を洗練させていく価値への気付き(自身の暮らしを軸とした学びの機会としての観光)	・「主観的」「贅沢」「プラスα」なものから地域で共有される生活文化的価値への認識(経済的な価値基準に生活文化的な価値基準が加わる) ・財産権の重視から人格権の重視へ ・単なる表層的な見た目ではなく、その土地の暮らしと密接につながる動態的な概念

いる。「観光」でいえば、近年、急速にそれぞれの土地における暮らし（生活）そのものに対する観光ニーズが顕在化し、ビジターは自身のライフスタイルを向上させることを一つの目的として地域に訪れ、地域で暮らす人々はその土地での暮らしをより洗練させていく方向に考えを変えていくなど、「観光」がもたらす文化的な影響、生活を洗練し文化を創造していく側面が認識され始めている。また、「景観」は近年、景観法が成立したことを受けて、所有権財産権の擁護から一定程度景観を保全創造する権利を認める方向にシフトし、「景観」は豊かな生活環境を創造していくうえで不可欠なものである、という認識が法的裏付けを持って担保された。また、「文化的景観」という言葉に代表されるように、「景観」を裏側から支える仕組みそのもの（地域での暮らし）に対する価値が見直され、「景観」を考えることは単なる見た目の（表層的な）問題ではなく、その土地での暮らし方を考えることにつながるとした考え方が浸透してきている⁴⁾。

このように考えてくると、社会的認識の変容を受けて、両分野には「地域に根差した暮らし」とでもいうべき概念が共通して見出すことが可能となる。すなわち、「地域に根差した暮らし」という概念を通じれば、「観光」と「景観」は相反する問題ではなく、そこに相補的な関係性が生じるといえよう。つまり、「地域に根差した暮らし」を問題の中心に据えて考えることが、結果として、近年の社会的認識の変容を受けた「観光」と「景観」の施策的連携を考えることにつながると、考察することができる。

V まとめ

近年、我が国では社会を巡る構造的な変化を受けて、「観光」と「景観」をめぐる社会的認識も大きく変容していると考えられる。本稿では、その変容の一端を掴み、社会的変化のなかでその動きを考察したにすぎない。

これまで政策および施策レベルの認識では、観光施策は経済波及効果・雇用創出効果が強く打ち出され、「観光」という認識についても産業的・

経済的側面で概ね価値付けがなされてきた。また、景観施策は表面的なお化粧レベルでの施策が進められた時代があり、「景観」は「見た目の問題」「個人的趣味」といった理解がなされてきた。しかし、観光の成熟化に伴い、これまでの画一的な観光資源をめぐる観光ニーズから、それぞれの地域の生活文化に対する観光ニーズが増しており、観光の施策を考えることは、もはや、地域の生活そのものを対象とせざるを得なくなった。また、景観に対する法的権利や社会的認識の広がりによって、景観は単なる見た目の（表層的な）概念ではなく、地域での暮らしや人々の所作と一体となった文化的価値を有するものとして見直され、景観の施策を考えることは、すなわち、その土地での暮らしそのものを考えることと同義となった。このように、近年にみられる両分野での社会的認識の変容を受けて、「観光」と「景観」の施策的連携を考えるとき、そこには「地域での暮らしそのもの」を考えることにつながるといった本質的な共通性が見出せるのである。まさに、地域づくりの本流として観光施策と景観施策が連携して進められていく必要がある。

アンソニー・ギデンズは、現代社会は領域を分断する近代化の進行により、領域をつなぐ近代化が始まっているとする（ギデンズ、1993）。地域に根差した問題解決を考えるとき、そこには、産業の問題も、医療の問題も、福祉の問題も、食の問題も、防災の問題も、常に領域を超えた問題が横たわっている。領域を超えた総合的な問題を、個別の専門領域に分離することなく、総合的に捉え、総合的に解決していく上で、「観光」と「景観」という切り口で問題解決を図っていくことは極めて有効な方法であり、今後、ますます重要性を帯びてくるといえよう。

本稿では、詳細な事例を扱わず概念的な話に終始したが、今後は、観光振興と景観形成の間で生じるより具体的な問題を対象として論を検証していく必要がある。

注

- 1) 現代社会の変化を受けてリフレクシブに観光概念が変化していくとした見方は、観光社会学の研究スタンス

と極めて近い立場にある。(須藤・遠藤, 2005)

- 2) 観光立国推進基本法 (2007年1月施行) に基づき, 政府は観光立国の実現に関するマスタープランとして観光立国推進基本計画を策定した (2007年6月29日閣議決定)。
- 3) 文化庁 HP (<http://www.bunka.go.jp/bunkazai/shurui/keikan.html>) より筆者作図。
- 4) 例えば, 屋外広告物の除去や沿道の花植えといった景観施策を地域住民が主体的に担うことにより, 景観を目的としていた施策がごく自然に地域づくり活動へとつながっていくことが報告されている (山田・藤倉, 2008)。

参考文献

- ギデンズ, アンソニー著・松尾精文, 小幡正敏訳 (1993): 『近代とはいかなる時代か: モダニティの帰結』而立書房, pp. 13-74.
- 金井万造 (2008): 着地型観光と地域資源の活用, 尾家建生, 金井万造編著『これでわかる着地型観光: 地域が主役のツーリズム』学芸出版社, pp. 16-35.
- 社会経済生産性本部編 (2007): 『レジャー白書 2007 余暇需要の変化と「ニューツーリズム」』社会経済生産性本部, pp. 87-121.
- 須藤 廣・遠藤英樹 (2005): 『観光社会学 ツーリズム研究の冒険的試み』明石書店。
- 辻村太郎 (1933): 景観の保護と観光産業, 『地理学』1巻1号, 古今書院, pp. 100-103.
- 中島 晃 (2007): 『景観保護の法的戦略』かもがわ出版, pp. 56-80.
- ハイデン, ドロレス著・後藤春彦, 篠田裕見, 佐藤俊郎訳 (2002): 『場所の力: パブリック・ヒストリーとしての都市景観』学芸出版社 (原著は1995年 MIT Press より出版)。
- 西村幸夫 (2002): まちの個性を活かした観光まちづくり, 観光まちづくり研究会編集『新たな観光まちづくりの挑戦』ぎょうせい, pp. 16-32.
- 堀野正人 (2004): 地域と観光のまなざし, 遠藤英樹・堀野正人編著『「観光のまなざし」の転回』春風社, pp. 114-129.
- 溝尾良隆 (2003): 『観光学—基本と実践』古今書院, 序文
- 屋代雅充 (2006): 景観への配慮を欠いた観光都市, 土田旭・都市景観研究会編著『日本の街を美しくする: 法制度・技術・職能を問いなおす』学芸出版社, pp. 133-136.
- 安村克己 (2001): 観光の歴史, 岡本伸之編著『観光学入門: ポスト・マス・ツーリズムの観光学』有斐閣, pp. 31-56.
- 山田圭二郎・藤倉英世 (2008): 地域づくりへの内在的展開力を有する景観政策の実施課程に関する事例分析, 『景観デザイン研究講演集』No. 4, 土木学会, pp. 107-116.
- 横山秀司 (2006): 『観光のための環境景観学: 真のグリーン・ツーリズムにむけて』古今書院, pp. 55-75.